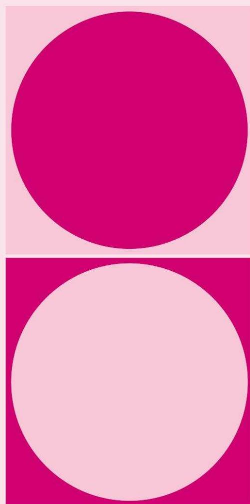
UNIVERSITATEA *SPIRU HARET*

GABRIELA POPESCU



PSIHOLOGIA CREATIVITĂȚII

EDITURA FUNDAȚIEI 

ROMÂNIA DE MÂINE

CUPRINS

REZUMATUL CURSULUI

Cursul debutează cu unele precizări conceptuale referitoare la termenul de creativitate, termen ce a fost propus în psihologie de către G. Allport, în 1937, şi a cărei importanţă a fost subliniată de J. P. Guilford în jurul anului 1950. Astfel, ne vom opri asupra diferenţierilor existente între creativitate, pe de o parte, şi invenţie, inovaţie, descoperire, inspiraţie, talent, geniu, pe de altă parte, şi apoi asupra diverselor definiţii date creativităţii în literatura de specialitate. Plecând de la premisă că definitorii pentru creativitate sunt noutatea şi originalitatea, avem în vedere şi următoarele calităţi relevante pentru produsul procesului creator: productivitatea, utilitatea, eficienţa, valoarea, ingeniozitatea, noutatea, originalitatea. De asemenea, avem în vedere teoriile autorilor: I. A. Taylor, S. Gollan, F. Baron, A. Koestler cu privire la diferenţierea activităţii creatoare de cea reproductivă, precum şi nivelurile de structurare a creativităţii (C.W. Taylor) şi anume creativitatea expresivă (specifică vârstelor mici, important fiind comportamentul creativ şi nu abilitatea sau calitatea produsului), creativitatea productivă (contribuţia personală este redusă, folosindu-se tehninile cosacrate deja), creativitatea inventivă (prin care se aduc ameliorări unor utilaje, teorii controversate), creativitatea inovativă (presupune găsirea unor soluţii noi, originale, cu importanţă teoretică sau practică) şi creativitatea emergentivă (se ajunge la revoluţionarea unor domenii ale tehnicii, ştiinţei sau artei) .

În privinţa definirii noţiunii de creativitate, există, în literatura de specialitate, următoarele accepţiuni inportante:

- creativitatea ca produs, definiţiile incluzând caracteristici ale acestui produs: noutatea, originalitatea, valoarea, utilitatea socială, aplicabilitatea lui vastă; în acest sens, amintim definiţia dată de Al. Roşca: ansamblul “ factorilor subiectivi şi obiectivi care duc la realizarea, de către indivizi sau grupuri, a unui produs original şi de valoare”;
- creativitatea ca proces prin care se redă caracterul fazic al procesului creator, neexistând un consens cu privire la numărul şi succesiunea etapelor, dar indiferent de această ordine, important este caracterul dinamic, evolutiv al creativităţii, prin care se face trecerea de la potenţialitate la aspecte manifeste;
- creativitatea ca potenţialitate general umană, care există în grade şi proporţii diferite la fiecare individ uman, şi astfel se poate vorbi de posibilitatea intervenţiilor formative şi de educare;
- creativitatea ca dimensiune complexă a personalităţii, care integrează întreaga activitate psihică şi personalitatea individului, fiind una din cele mai complexe ale personalităţii.

Preocupările referitoare la fenomenul creativităţii sunt frecvente în istoria psihologiei, şi în acest sens, amintim teoriile: teoria psihanalitică [prin teoria sublimării pot fi explicate nu doar lapsusurile, visele, simptomele psihonevrotice, violenţei, dar şi creaţia (S. Freud); creativitatea este o modalitate privilegiată de a anihila complexul de inferioritate, devenind util societăţii (A. Adler)]; teoria asociaţionistă [creativitatea presupune un proces asociativ in urma cărora apar combinaţii noi (J. Maltzman, S.A. Mednick)]; teoria gestaltistă [creativitatea trebuie să aibă în vedere întregul problemei, pentru a descoperi structura internă a situaţiei respective; creativitatea presupune înţelegerea problemei prin intuiţie, şi nu prin raţiune (Wertheimer)]; teoria behavioristă (creativitatea individuală este influenţată de modul în care au fost stimulate manifestările sale creative, C.F. Osgood, R. Rosman, J. Parnes, R. Hyman); teoria existenţialistă (umanista) [unicitatea umană poate fi valorificată prin creaţie, factorul major fiind tendinţa congenitală spre autorealizare (A. Maslow, C.Rogers, R. May)]; teoria culturală (interpersonală) a personalităţii [subliniază contribuţia factorilor de mediu, de cultură, în geneza creaţiei (M. Mead, M. J. Stein, H.H. Anderson, M. Tumin); de exemplu, M. Mead considera că sunt stimulative pentru creativitate acele culturi care încurajeaza gândirea divergentă]; teoria factorială [este prezentată o concepţie sistemică asupra creativităţii, în care sunt subliniate aptitudinile esenţiale ale gândirii divergente: fluiditatea, flexibilitatea, originalitatea, elaborarea, sensibilitatea faţă de probleme, redefinirea (H. G. Gough, W. J. Brittan, K. R. Brittel, V. Lawenfeld)].

În plus, amintim şi teoriile recente ale creativităţii prezentate de autorii: Teresa Amabile (adoptarea unei decizii presupune creativitatea, iar soluţiile creative asigură rezolvarea problemei cu eficienţă dispunând de eleganţă şi simplitate; modelul structural al creativităţii presupune următoarele componente: calificarea în domeniul respectiv, abilităţi creative, motivaţie intrinsecă pentru sarcină); Robert W. Weisberg, care prezintă o abordare integralistă (experienţa trecută serveste drept baza pentru produsele creatoare ale individului, fiind implicat efortul individual anterior şi experienţa altora); H. Gardner, cu o abordare holistă a creativităţii, al carei cadru de analiza se structurează pe mai multe niveluri: nivelul subpersonal, nivelul personal, nivelul intrapersonal, nivelul multipersonal, (şi care a pornit de la studiul vieţii şi activităţii unor personalităţi creatoare cu realizări remarcabile: Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky); M. Csiksentmihalyi, care vede in creativitate rezultatul interacţiunii a trei sisteme: setul instituţiilor sociale, domeniul cultural stabil, individul, care este cel care aduce schimbări în domeniu; Michel şi Bernadette Fustier pentru care teoriile actuale ale creativităţii îşi au originile în 5 curente istorice: curentul clasificator sau logic (Platon), curentul experimental (F. Bacon, Stuart Mill şi H. Taine, Claude Bernard), curentul funcţional , curentul combinatoric (A. Moles, C. Mednick, C. Koestler), curentul intuitiv , descoperirea rolului inconştientului (Freud, Jung, Adler, Bergson,); R. Stenberg şi J. Davidson care subiliază importanţa insight-ului în creativitate; C. Rogers, Rollo May, care văd în procesul creativ o expresie a actului de autoactualizare al oamenilor; teoria lui G. T. Land este punctul de vedere pentru perspectiva Mihaelei Roco cu referire la ciclurile cresterii şi dezvoltării ale unei persoane a căror extindere depinde de nivelul ei intelectual, emotiv şi cultural: stadiul formativ sau cel de creştere aditivă, stadiul normativ sau de creştere replicativă, stadiul integrativ sau de creştere acomodativă, stadiul transformaţional sau de creştere creativă.

În literatura de specialitate se vorbeşte fie de două categorii distincte de factori, care sunt inhibitori sau stimulatori pentru creativitate, fie de rolul diferit pe care îl pot avea aceaşi factori, stimulativi în anumite condiţii şi perturbanţi în altele, în absenţa factorilor stimulativi sau când există opuşii lor, putându-se vorbi de blocaje ale creativităţii. De asemenea, există opinii diferite cu privire la taxonomia acestor factori:

- Anca Munteanu vorbeşte de următoarele categorii: factori psihologici [în care sunt incluşi factori intelectuali (gândirea divergentă, gândirea convergentă, stilul perceptiv), factori nonintelectuali (motivaţia, caracterul, afectivitatea, temperamentul rezonanţa), aptitudinile speciale (aptitudinea organizatorică, aptitudinea matematică, aptitudunea pedagogică)], factori biologici [ereditatea, vârsta, sexul, sănatatea mentală], factorii sociali [condiţii socio-economice şi culturale, condiţii educative (familia, şcoala)];
- Maria Moldoveanu se referă la factori endogeni şi exogeni: factorii individuali menţionaţi sunt: motivaţionali, forţa idealului creator, cultura, iar cei exogeni, grupurile sociale şi influenţa lor, elitele; la interferenţa dintre aceste două categorii de factori se află factorii interpersonali, intrucât personalitatea creatoare trebuie să gestioneze relaţiile interpersonale pentru a stimula potenţialitatea creatoare individuală şi a grupurilor din care face parte.
- Mihaela Roco face următoarele distincţii: A. bariere legate de raporturile interumane: bariere legate de contextul socio-cultural [conflictul de valori şi lipsa cadrelor de referinţă, condiţionarea şi manipularea prin intermediul mass-media, prejudecăţile, diferenţele culturale, nonintegrarea frustraţilor (ca reacţii la frustrare sunt amintite: fuga, agresivitatea, transferul, compensarea, resemnarea, integrarea frustrărilor)], bariere datorate fricii endemice [înfruntarea, agresivitatea, principiul competiţiei, rezistenta la schimbare, lipsa încrederii în sine], bariere datorate atitudinilor individualiste [comportament egocentric, necunoaşterea propriei persoane, sentimentele de incompetenţă sau insuficienţă, lipsa obiectivităţii şi realismului, pasivitatea excesivă]; B. blocaje ale creativităţii: blocaje de tip emoţional (teama de greşeală, dificultatea de schimbare a stilului de gândire, teama de a nu fi minoritar, dependenţa faţă de opiniile altora), blocaje de ordin cultural (dorinţa de conformare faţă de modelele culturale, slaba capacitate de modificare a ideilor, conformismul faţă de ideile vechi şi faţă de grup, reacţii de tipul “totul sau nimic”), blocaje de ordin perceptiv (incapacitatea de a se interoga asupra evidentului sau de a distinge între cauză şi efect, dificultăţi de a defini problema, de a destructura problema în

elemente care pot fi manipulate, discordanţa între proiectele personale şi cele ale altora, comoditate, frica de a nu face ceva greşit, oboseala sau sănătatea precară), blocaje ce ţin de relaţia individ-grup (lipsa comunicării, marginalizarea, lipsa de autenticitate, izolarea, dependenţa).

- J. P. Guilford enumera următorii factori principali ai creativităţii: sensibilitatea faţă de probleme, flexibilitatea spontană, aptitudinea de a gândi abstract, originalitatea, fluenţa ideaţională, abilitatea de a vedea asemănările şi deosebirile, aptitudinea de a restructura, de a organiza şi a elabora. In aceaşi ordine de idei, R. Meili considera că factorii inteligenţei generale, plasticitatea şi fluiditatea, corespund factorilor de creativitate, flexibilitatea şi fluenţa.

Un alt aspect important al cursului de psihologia creativităţii este cel legat de descrierea fazelor procesului creator, aspect ce este, de asemenea variat abordat de diferiţi autori:

- G. Wallas enumera fazele: prepararea, incubaţia, iluminarea, verificarea;
- Max Dessoir: iluminarea, conturarea concepţiei, obiectivarea concepţiei într-o schiţă sau proiect, executarea proiectului;
- R. Muller-Freienfels: inspiraţia, pregătirea, concepţia, execuţia;
- Th. Ribot: încolţirea ideii, relevarea ei, iluminarea, modelarea definitivă a construcţiei;
- Tudor Vianu: pregătirea, inspiraţia, invenţia, execuţia;
- Moles şi R. Calude: informarea, incubaţia, iluminarea, verificarea;
- Şt. Odobleja: descoperirea întrebării; analiza, sinteza, clasificarea, definirea, divizarea; verificarea; obiectivarea; retorica; critica; scrierea operei;
- I. Taylor: pregătirea sau cercetarea informaţiilor, incubaţia, iluminarea sau înţelegerea, verificarea;
- A. Munteanu adopta perspectiva lui G. Wallas descriind, astfel, etapele procesului creator: prepararea este o etapă de acumulare care presupune apelul la tezaurul de informaţii dobândite de individ în istoria sa culturală, dominanţa sa fiind, deci, instruirea; incubaţia este faza de aşteptare, în care, deşi individul rămâne conectat la problemă, terenul de confruntat este influenţat şi de factori abisali; iluminarea este momentul de apriţie a soluţiei la problema ce l-a frământat pe creator, este etapa în care sunt implicate aspecte cognitive dar și afective, întreaga personalitate a creatorului; verificarea este cea care desavârşeşte procesul creator, şi care presupune obiectivizarea ideii în ceva perceptibil; aceste etape sunt variabile ca extindere de la un creator la altul, fapt dovedit de studiul biografiilor unor mari personalităţi.

Autoarea română Anca Munteanu face distincţia între mijloace specifice şi nespecifice de diagnoză a creativităţii. Astfel, mijloacele nespecifice amintite sunt: randamentul şcolar, notele obţinute la disciplina preferată, activităţile extraşcolare (cercuri, concursuri, activităţi de timp liber). În aceeaşi ordine de idei, E. P. Torrance sugerează că sunt simptomatice pentru creativitate următoarele conduite: capacitatea de a-şi ocupa timpul liber într-un mod atractiv, preferinţa pentru o vestimentaţie deosebită, tendinţa de a depăşi sarcinile strict şcolare, posibilitatea de amuzament cu lucruri simple, multe întrebări de tipul "de ce" şi "cum", plăcerea de a organiza jocuri, tendinţa de a povesti descoperirile sale, curajul de a încerca ceva nou, tendinţa de a desena în timp ce profesorul predă, capacitatea de fructificare la maxim a simţurilor. Întrucât aceste modalităţi nespecifice oferă doar aproximarea referitoare la profilul creativ al elevilor şi al adulţilor, autoarea sugerează apelul la un registru diversificat de metode specifice*:*

a. *metode de diagnoza creativității la copil:* analiza produselor activităţii (se referă la produsele activităţii solicitate de şcoală, dar şi la cele realizate din proprie iniţiativă, iar instrumentele folosite pot fi chestionarul Minnesota, scalele de evaluare), studiul de caz (investigarea unui singur subiect prin mai multe metode), metoda aprecierii şi autoaprecierii (folosită de profesori, părinţi şi de către subiectul însuşi), metoda testelor (se pot folosi următoarele baterii: Gulford, Minnesota, M.A. Wallach şi N.Kogan, W. J. Getzels, W. Jackson);

b. *metode de diagnoza creativității la adult:* metoda biografică (se poate folosi longitudinal sau retrospectiv; se studiază detaliat marile personalităţi creatoare, prin folosirea tuturor documentelor existente despre ele); metoda longitudinală (urmăreşte schiţarea profilului psihologic

al unei persoane, informaţiile fiind recoltate pe măsura derulării fenomenului); metoda caselor de evaluare (în week-end-uri se formează grupuri eterogene de 10 persoane, care vor fi confruntate cu situaţii naturale pentru a li se studia comportamentul, în plus evaluarea este completată de examinări cu teste, chestionare, convorbiri); ar fi de menţionat faptul că, atunci când folosim convorbirea şi chestionarul, o importanţă deosebită trebuie acordată formulării întrebărilor, întrucât unele date care sunt importante pentru studiul psihologic, pot fi considerate de creator ca fiind nerelevante.

Pornind de la premisa că orice individ normal îşi poate dezvolta cel puţin un nivel minim de creativitate, mărirea numărului de inventatori dintr-o ţară ar putea fi obtinută prin asigurarea unor condiţii favorabile dezvoltării imaginaţiei. Metodele de stimulare a creativităţii au ca scop înlăturarea blocajelor creative şi pot fi grupate în metode ce se adresează personalităţii şi cele ce se adresează produsului creator:

a. *metodele destinate personaliăţii creatoare* au ca finalitate echilibrarea psihică a individului, ieşirea din rutină, din cotidian, pentru a se asigura terenul favorabil procesului creator, prin înlăturarea iritabilităţii, a încordării anxietăţii, neîncrederii în propriile resurse şi a spiritului critic. Aceste metode pot fi grupate în metode psihoterapeutice (terapiile individuale, psihoterapiile de grup, metode de valorificare a calităţilor ambianţei fizice şi interpersonale, metode de relaxare) şi metode sugestive (sugestopedia, sofrologia, controlul mental Silva, hipnoterapia).

b. *metode destinate produsului creator* pot fi , de asemenea, împarţite în metode imaginative şi metode raţionale.

-*metodele imaginative* cele mai importante sunt: brainstormingul (elaborată de A. Osborn, se bazează pe două principii fundamentale: amânarea criticii pentru a se putea emite idei, soluţii, şi productivitatea ideativă ridicată pentru a se putea obţine idei viabile; metoda se desfaşoară în două etape: etapa luminii verzi, în care fiecare participant spune tot ce-i trece prin minte în acel moment, aceste idei fiind înregistrate, şi etapa luminii roşii, în care experţii fac evaluarea ideilor emise în grup), sinectica (elaborata de W. J. Gordon, este o metodă calitativă pentru că se elaborează o singură idee ce este ajustată, pornind de la următoarele două principii: 1. transformarea straniului în familiar şi 2. transformarea familiarului în straniu, prin distanţarea de problemă; sinectica se foloseşte de următoarele strategii: analogii directe, personale, simbolice, fanteziste, inversiuni; etapele care se parcurg în derularea sinecticii sunt: P. A. G. (problem as given) – prezentarea problemei de către conducătorul grupului, P. A. U. (problem as understood) – redefinirea problemei de către grup sau transpunerea straniului în familiar, transformarea familiarului în straniu prin distanţarea de problemă, ultima etapă, revenirea la problemă, prin transformarea straniului în familiar sau explicarea soluţiei în termeni accesibili), metoda Philips 6-6 (elaborată de J. D. Philips; un grup de persoane de 30-50 membrii, cu specializări diferite, este împarţit în echipe de 6 persoane, fiecare având un lider, se discută timp de 6 minute , în final realizându-se sinteza ideilor emise în fiecare grup), discuţia Panel (se desfaşoară în cadrul unui grup de 5-7 persoane cu specializare în domeniul respectiv, în faţa unui auditoriu, care intervine prin intermediul unor cartonaşe pe care se scriu întrebări, sugestii, ce pot influenţa dicuţiile din cadrul grupului principal), metoda 6-3-5 (se formează grupuri de 6 persoane care răspund la problemă în scris, pe o foaie cu trei coloane, în maxim 5 minute), metoda Delphi (se completează un chestionar de către un grup de experţi, răspunsurile sunt apoi colectate şi retransmise aceloraşi persoane, dar insoţite de răspunsurile celorlate persoane, obţinându-se, astfel, o ajustare a acestora; proba se termină atunci cand 50% din participanţi ajung la un consens), metoda Frisco (presupune atribuirea unor roluri cum sunt: tradiţionalul, exuberantul, pesimistul, optimistul; sunt constituite două echipe, una care abordează problema în mod clasic, şi cealaltă formată din experţi care ajustează soluţiile emise de prima echipă);

-*metodele raţionale* cele mai importante ce pot fi amintite sunt următoarele: metoda listelor (se bazează pe descompunerea unei probleme în elementele sale componente, pentru îmbunătăţirea fiecareia în parte; M. S. Allen prezintă listele de “relaţionare forţată”, prin care soluţiile pot fi obtinuţe prin asocierea unor elemente diferite), metode matriceale (prin care se pot obţine matrici

bi, tri sau multidimensionale, prin asocierea şi combinarea variabilelor ce sunt asociate pe orizontală şi pe verticală).

Dezvoltarea creativităţii ar trebui să cuprindă ansamblul influenţelor care pot fi exercitate de ambianţa, să înceapă de la cele mai fragede vârste şi să continue şi după terminarea şcolarităţii.

Personalitatea creatoare a fost abordată fie ca o persoană cu aptitudini şi atitudini crative, motivată să realizeze produse noi şi originale, fie ca o "însuşire general umană", (după cum spunea S. Chelcea), cu accentul pus pe condiţiile ce pot fi favoriza obiectivarea capacităţilor în produse, idei, soluţii.

Creatorul este descris de A. Munteanu astfel: receptivitate faţă de nou, pasiune pentru creaţie, instruire, imaginaţie, cultură, originalitate, tenacitate, pregătire de specialitate. Un alt autor român a realizat următoarea tipologie a creatorilor: 1. tipul cu indice mic de creativitate (capacitate redusă de acumulare şi comprehensiune a informaţiilor, capacitate asociativ-combinatorică mică, un fond energetic-stimulativ scăzut); 2. tipul volitiv (dominantă este latura motivaţional-afectivă, iar cea asociativ-combinatorie este slab reprezentată, aceste peroane conservându-şi energia neproductivă); 3. tipul cumulativ (acumularea unui număr mare de informaţii din multe domenii nu este însoţită de combinarea acestora pentru a se obţine produse noi şi originale); 4. tipul cumulativ-volitiv (capacitate asociativ-combinatorie mare, dar o cantitate relativ redusă de informaţii); 5. tipul combinativ-nevolitiv (capacităţi asociativ-combinatorii sunt asociate unui nivel scăzut al dimensiunii volitive); 6. tipul cumulativ-combinativ ("geniul creator" , care are cel mai mare nivel al indicelui creativ, dispunând de multiple cunoştinţe pe un fond energetiv-stimulativ ridicat şi o capaciate asociativ-combinatorie mare); 7. tipul combinativ-fabulativ (nu dispun de o bună reprezentare a funcţiei critice, pe când cea asociativ-combinatorie este excesiv reprezentată, putându-se ajunge la fantezii nerealiste); 8. tipul combinator-critic (între gândire şi imaginaţie există echilibru, fiind generatoare de idei realiste noi şi originale); 9. tipul combinator-hipercritic (la care ideile originale sunt blocate, fără a se obiectiva în produse creative, întrucât dominantă este funcţia critică); 10. tipul ideativ (identifică uşor soluţiile ingenioase, este apt pentru activităţi de concepţie, dar este nepotrivit pentru proiectare şi construcţie); 11. tipul ideativ-imagistic (există un echilibru între capacitatea de vizualizare a ideilor şi ideaţie); 12. tipul imagistic (funcţia imagistică este superior dezvoltată, capacitatea de elaborare a ideilor noi, mai putin şi sunt potriviţi pentru activitatea de proiectare); 13. tipul ideativ-imagistic-obiectual (prezintă un nivel ridicat al structurilor ideative, imagistice şi obiectuale, cu posibilitatea de elaborare a ideilor noi şi originale , dar şi de a le proiecta, transpune în obiecte concrete, funcţionale).

Motivaţia, un factor important în declanşarea şi explicarea procesului creator, în declanşarea şi concentrarea pe obiectivele stabilite, a fost abordată din mai multe perspective teoretice: teoria psihanalitică (forţele psihologice care determină comportamentul creator sunt de natură inconştientă, motivaţia creatorilor fiind cea care determină decizia de creaţie); teoria lui A. Maslow (nevoile de autoactualizare sunt cele mai importante pentru activitatea creatoare; nevoia de a crea este specifică unui număr restrâns de persoane şi este satisfăcută după ce sunt satisfacute şi celelalte nevoi, de la nivelele inferioare); A. Moles prezintă piramida nivelului cultural care prezintă nivelurile culturale dintr-o populaţie, care se întind de la nivelul analfabeţilor, până la ultimul nivel, cel al creatorilor intelectuali); teoria lui Fr. Heryberg (satisfacţia sau insatisfacţia individului este factorul motivaţional fundamental); Ch. Hughnes (nevoile de dezvoltare sunt nevoi de personalitate dinamice, motivând conduitele umane); Maria Moldoveanu (nevoile prin care creatorii îşi motivează demersurile creative sunt: a. nevoi spirituale ("a fi preţuit", "a se întrece pe sine", "dă un sens înălţător vieţii", "a demonstra celorlalţi forţa talentului înnăscut"); b. nevoi sociale şi culturale ("a fi printre cei mai buni", "a contribui la afirmarea domeniului", "a continua opera înaintaşilor", "a face ceva deosebit pentru profesie").

În privinţa aptitunilor speciale şi a importanţei acesteia pentru creativitate trebuie amintite contribuţiile lui McKinnon (care distingea inteligenţa verbală, superior dezvoltată la scriitori, de cea spaţială, superior dezvoltată la arhitecţii înalt creatori), A. Roe (aptitudinile speciale, numerice, spatiale, verbale, sunt relevante pentru diverse domenii ale ştiinţei), J. P. Guilford [care plecând de la conţinutul aptitudinilor, vorbeşte de 4 tipuri de inteligenţă: 1. inteligenţa concretă (aptitudinile

implicate în utilizarea imaginilor figurale, informaţii în forma concretă receptată prin văz, auz, care nu sunt transformate în semne sau cuvinte; persoanele cu aceste aptitudini pot fi mecanici, operatori de maşini, artişti, muzicieni); 2. inteligenţa simbolică (informaţia este prezentată sub formă de semne ce nu au semnificaţii în ele însele, cum sunt alfabetul, numerele, notele muzicale, dar au importanţă pentru recunoaşterea cuvintelor, în scrierea şi operarea cu numere, având importanţă pentru limbaj şi matematică); 3. inteligenţa semantica (operează cu informaţii sub formă de înţelesuri ataşate cuvintelor, informaţii cu importanţă pentru comunicarea verbală şi gândire, pentru înţelegerea lucrurilor în termeni de concepte verbale); 4. inteligenţa socială şi empatia (poate fi exersată în interacţiunile personale în care un rol deosebit îl are cunoaşterea atitudinilor, dorinţelor, intenţiilor, percepţiilor, acţiunilor celorlalţi.

Relaţia dintre aptitudinile speciale şi inteligenţă nu este neapărat directă, după cum putem observa în următoarele cazuri: aptitudinea senzorio-motorie implicată în arte plastice, sport corelează slab sau deloc cu inteligenţa; aptitudinea matematică corelează mai mult cu inteligenţa având următoarele componente: capacitatea de generalizare cu uşurinţă şi extensiv, capacitatea de a transpune cu uşurinţă principiul de rezolvare a unei probleme la altele ce fac parte din aceeaşi categorie; aptitudinea tehnică corelează nesemnificativ cu inteligenţa şi are următoarele componente: dexteritatea manuală, percepţia spaţială, gândirea tehnică, informaţia tehnică; aptitudinea muzicală corelează nesemnificativ sau deloc cu inteligenţa şi are următoarele componente: simţul ritmului, al inaltimii şiintensitatii sunetului, simtul memoriei tonale; aptitudinea pentru arta grafică, de asemenea, corelează nesemnificativ cu inteligenţa, dispunând de următoarele componente: abilitatea de a desena, fixarea rapidă şi precisă a imaginii vizuale a obiectelor, conservarea imaginii vizuale pe o durata mare. Corelaţia nesemnificativă dintre aptitudinea muzicală şi pentru arta grafică şi inteligenţă, nu înseamna că pentru a obţine reuşita în aceste domenii nu contează deloc nivelul intelectual sau că inteligenţa ridicată asigură automat creativitatea muzicală şi artistică. Creativitatea este influenţată preponderent de flexibilitatea, fluenţa şi originalitatea gândirii, calităţi specifice gândirii creatoare divergente. Dar, fiecărui tip de creaţie (ştiinţifică, tehnică, artistică) îi corespunde un anumit tip de inteligenţă, din cele amintite anterior în modelul lui J. P. Guilord.

Aptitudinile creatorului delimitează latura psihologică a creativităţii, iar atitudinile dimensiunea ei culturală.

Un alt capitol al cursului se referă la formele creativităţii, care pot fi diferenţiate pornind de la următoarele criterii: aspectul (procesul) creator, după care putem distinge creativitatea individuală de cea colectivă (de grup); domeniul în care se manifestă creativitatea, prin care putem diferenţia creativitatea tehnică şi ştiinţifică de cea artistică.

Creativitatea individuală şi cea de grup (colectivă) sunt forme ale creativităţii ce nu pot fi separate total, întrucat în orice colectiv creator este implicat şi potenţialul creator al fiecărui individ creator. Mihaela Roco distinge grupul creativ (ca modalitate de stimulare a creativităţii, fiind organizat după principii specifice creaţiei) de grupul creator (microcolectivitatea reală care prin rezultatele activităţii dovedesc că sunt înalt creatoare). Conform aceleaşi autoare cea mai nimerită perspectivă de abordare a creativităţii de grup este cea sistemică:

-planul individual (aptitudinile şi atitudinile, pregătirea profesională a fiecărui membru);

-planul interactional (ce include componenta profesională - relaţiile ce se stabilesc intre membrii grupului pentru indeplinirea sarcinilor profesionale şi componenta interpersonală - comportamentele indivizilor în cadrul grupului);

-planul organizaţional (structura, mărimea, funcţiile colectivului, personalitatea liderului).

În cadrul grupului există anumiţi factori care determină creativitatea colectivă, şi anume:

1. sarcina ce poate fi rezolvată în grup trebuie să îndeplinească următoarele condiţii: să fie riguros formulată; să aiba mai multe soluţii de rezolvare; să poată fi împarţitî în mai multe componente; să se poată delimita contribuţia fiecărui individ, dar şi a grupului; să existe posibilitatea modificării parametrilor sarcinii; să permită corelaţii între performanţele individuale şi cele colective;

2. componenţa grupului sau raportul omogenitate-eterogenitate a diverselor calităţi ale indivizilor grupului; omogenitatea (aptitudinală şi motivaţională) este stimulativă atunci când contează

atmosfera grupului pentru rezolvarea sarcinii, iar eterogenitatea (însuşiri de personalitate, atiudini, stiluri cognitive, pregătire, experienţa profesională) este recomandată in condiţiile în care se folosesc mai multe resurse.
3. aspectele psihosociale exprimă rezultatul dinamicii grupului, care exprimă trăsăturile, personalitatea grupului, numită de R. B. Cattell syntalitate, şi de K. Lewin – atmosferă. Formarea, stabilitatea şi eficacitatea grupului depind în mare masură de relaţiile interpersonale ce se stabilesc în cadrul grupului. Un grup creativ ar trebui să aibă următoarele trăsături (M. Roco): un nivel ridicat al intercunoaşterii, un nivel ridicat al simpatiei, profunzimea şi stabilitatea preferinţelor.
4. organizarea şi funcţionarea grupului influenţează nivelul creativităţii prin următoarele elemente: persoana (să dispună de energie, pasiune, participare benevolă, atracţie faţă de grup, încredere în forţele proprii, nonconformism, capacitatea de asumare a riscului); grupul (persoanele să fie reprezentanţi din profesii diferite, între persoane să existe relaţii amiabile); problema (alegerea şi prezentarea corespunzătoare a problemei ce trebuie rezolvată, neincluderea unor experţi în grup); mărimea grupului (numărul optim este de 12 persoane, cu unele diferenţe, în industrie – 10 persoane, în şcoală – 4 persoane); sistemul de apreciere (să fie omogen ca formă şi conţinut pentru toţi membrii, dar în acelaşi timp obiectiv); antrenarea grupului creativ (după principiului brainstorming-ului, sau al sinecticii).
5. personalitatea conducătorului de grup: stilul de conducere democratic este cel mai potrivit pentru stimularea potenţialului creator, stil caracterizat prin următoarele: luarea deciziilor se face în comun, la rezolvarea sarcinilor participă toţi membrii, repartizarea se face prin raportare la interesele şi pregătirea membrilor, implicarea şefului în muncă se face în mod direct, sistemul de apreciere este obiectiv.

Creativitatea individuală şi cea de grup sunt eficiente în funcţie de anumite contexte: pentru creativitatea orientată, atât cea individuală cât şi cea de grup pot fi la fel de eficiente, iar în creativitatea constructivă, mai potrivită este creativitatea de grup.

Creativitatea ştiinţifică şi tehnică şi cea artistică. Principalele elemente care diferentiază aceste forme ale creativităţii sunt:
1. contribuţia interiorităţii şi a exteriorităţii în procesul creaţiei: în creativitatea artistică se exprimă mai mult fondul psihologic al creatorului, iar în cea ştiintifică mai ales mediul investigat;
2. tipul de infomaţie vehiculată: cea figurală este folosită în artă, cea simbolică în ştiinţă, literatură, cea comportamentală în medicină, literatură, artă;
3. criteriile de validare a produselor create: în creativitatea ştiinţifică, criteriul folosit este cel al adevărului, în creativitatea tehnică cel al eficienţei şi în cea artistică cel estetic;
4. personalitatea creatoare: inteligenţa are un aport mai mare în creativitatea ştiinţifică şi mai puţin în cea artistică; în cazul aptitudinilor situaţia este inversă;
5. atitudinile: sunt diferite de la un domeniu la altul, în funcţie de tipul de creativitate respectivă.

Creativitatatea ştiinţifică şi cea tehnică pot fi şi ele diferenţiate prin: faza de preparare are o mai mare întindere în ştiinţă, aptitudinile speciale solicitate (în creativitatea ştiinţifică – aptitudinea verbală şi spaţială, în creativitatea tehnică – aptitudinea senzorio-motorie şi perceptiv-spaţială). În acest sens, Solomon Marcus apreciază că obiectul este cel ce diferenţiază ştiinţa de tehnică, în ştiinţă fiind abordate legile generale ale fenomennelor, iar în tehnică se elaborează instrumentele şi modalitaţile de valorificare a acestor legi.

Se apreciază că aceste forme ale creativitaţii se cristalizează cu adevărat în adolescenţă, dar pot fi observate unele indicii în acest sens, încă de la vârsta preşcolarităţii.

Creativitatea artistică poate fi circumscrisă prin calitaţile: pot fi folosite mai multe tipuri de informaţii din cele menţionate în modelul lui J. P. Guilford (figurală, semantică, simbolică, comportamentală); coeficientul de inteligenţa trebuie să fie de minim 95-100, dar o importanţă aparte o au aptitudinile specifice; factorii motivaţionali, afectivi, caracteriali ai personalitaţii creatoare. Tipurile pe care le putem distinge în cadrul creativităţii artistice sunt:
-creativitatea literară; calităţile pe care le întalnim la creatori: gândirea simbolică, memoria auditivă şi vizuală, imaginaţie bogată, flexibilitatea asociaţiilor verbale, originalitatea figurilor de stil, capacitatea empatică, simţ estetic, perseverenţă, interese faţă de valorile autentice ale culturii;

-creativitatea muzicală; creatorul din această categorie poate prezenta cea mai puternică precocitate a aptitudinilor, discriminarea înălţimilor, intensităţii şi duratei sunetelor muzicale, simţul ritmului, memoria tonală, forţă şi elasticitate manuală, memorie auditivă, profunzime în trăiri;
-creativitatea din artele plastice (grafică, pictură, sculptură) presupune existenţa abilităţilor: spirit de observaţie, acuitate vizuală, simţul luminii şi al culorii, simţul proporţiei şi al ritmului, al formei şi volumului, dexteritate manuală, bună coordonare a văzului şi auzului;
-creativitatea scenică presupune o îmbinare între arta cuvântului şi pantomimă şi are trei dimensiuni majore: cognitivă, afectivă, expresivă; calităţile necesare sunt: o bogată cultură generală şi de specialitate, dicţie, expresivitate în limbajul verbal şi gestual, capacitate de autoinducere şi exprimare a emoţiilor.

Ultima parte a cursului se ocupă de relaţia ce există între fenomenul supradotării, ca manifestare umană cu multiple faţete, având ca element dominant performanţele excepţionale, şi creativitate. Supradotarea a fost definită prin mai multe modalităţi şi anume: obiectivă (prin raportare la rezultatul obtinut la un test de inteligenţă); descriptivă (cu referire la obţinerea unei performanţe); comparativă (prin compararea trăsăturilor unui copil supradotat cu cele ale unuia de nivel mediu). În primii ani de viaţă indicatorii unui copil supradotat sunt următorii: activism, receptivitate superioară, precocitatea vorbirii, bogaţia vocabularului, spirit interogativ, memorie bună, imaginaţie bogată. Diferenţe semnificative între copiii supradotaţi şi ceilalţi au fost constatate la următoarele niveluri: intelectual (memorie remarcabilă, dominante în privinţa aptitudinilor speciale), afectiv (echilibrul emoţional, nivele scazute ale timidităţii, depresiei şi anxietaţii), caracterial (încredere în sine, iniţiativă, perseverenţă, nonconformism, preferinţa pentru complexitate), interesele (diversificate şi fluctuante, colecţionează diverse obiecte, construieşte aparate), relaţiile interpersonale (fiind mai optimişti, mai toleranţi, mai cooperanţi cu ceilalţi). Organizarea şi instituţionalizarea educaţiei acestor elevi au fost orientate în urmatoarele direcţii: constituirea unor şcoli distincte pentru aceştia, organizarea unor activităţi în afara orelor de curs, clasele speciale sau obiectele facultative.

Creativitatea este considerată o condiţie a supradotării intelectuale sau talentului, întrucât copiii superior înzestraţi sunt capabili de idei, produse noi, acest lucru implicând corelaţia dintre creativitate şi abilităţile mentale superioare. Inteligenţa completează creativitatea, iar prin produsele originale, exprimă nivelul valoros de manifestare a intelectului. Întrucât, procesul creativităţii presupune independenţa şi divergenţa gândirii, nonconformismul, comportamente productive neuzuale, persoanele înalt creative vor avea mai multe probleme adaptative, lucru care se întâmplă şi în cazul copiilor supradotaţi. Deşi s-a constatat că între creativitate şi inteligenţă nu există o corelaţie foarte ridicată, trebuie menţionat faptul că nu pot fi înalt creativi acei indivizi cu un nivel intelectual redus.

Cursul se încheie cu aspecte referitoare la importanţa climatului pentru dezvoltarea potenţialului creator. Astfel, în primul rând este prezentată influenţa climatului asupra formării şi afirmării creativităţii (importanţa familiei, prin încurajarea independenţei intelectuale, crearea unor situaţii care să favorizeze dezvoltarea intereselor şi aptitudinilor pentru diferite domenii de activitate; profesorii pot influenţa, de asemenea, prin încurajarea elevilor să pună întrebari, să fie activi prin operare cu idei şi obiecte, să discute şi să dezbată, să critice constructiv), influenţa climatului asupra performanţelor creatoare (Constantin Cojocaru aminteşte următoarele strategii pentru apariţia şi valorificarea ideilor creatoare dintr-o unitate productivă: antrenarea persoanelor cu performanţe creatoare în echipe de creativitate; depistarea ideilor creatoare la întregul personal al organizaţiei); influenta condiţiilor social-istorice (condiţiile social-istorice şi cele cultural-ştiinţifice se constituie în bază pentru dezvoltarea şi apariţia marilor creaţii în stiinţă, tehnică şi artă, dar nu trebuie ignorate aspectele individual-psihologice, fiecare savant având o evoluţie proprie; după cum spune G. Gordon, descoperirea are un caracter personal, dar nu putem omite faptul că procesul creator, ca proces individual se desfăşoară într-un mediu organizaţional şi social şi este direct influenţat de acest mediu.

BIBLIOGRAFIE OBLIGATORIE

1. Caluschi, M., *Grupul mic şi creativitatea*, Ed. Cantes, Iaşi, 2001;
2. Căpâlneanu, I., *Inteligenţa şi cunoaşterea ei*, Ed. Militară, Bucureşti, 1973;
3. Roco, M., *Creativitate şi inteligenţă emoţională*, Ed. Polirom, Bucureşti, 2001;
4. Sternberg, H. J., *Manual de creativitate*, Ed. Polirom, Iaşi 2006;
5. Stoica-Constantin Ana, *Creativitea pentru studenţi şi profesori*, Ed. Institutului European, Iaşi, 2004;